

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Wacana Persuasi dalam Iklan Susu Formula Nutrilon Royal di Televisi: Kajian Semiotika dan Pragmatik”. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pemaknaan tanda-tanda yang dimunculkan dan wacana persuasi pada iklan susu formula Nutrilon Royal. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan cara penjabaran atau pendeskripsian data dengan teori. Penelitian ini tidak sekedar mengkaji mengenai gambaran-gambaran yang ditayangkan dalam iklan, tetapi juga tanda bahasa berupa kalimat yang muncul dalam tayangan. Gambaran-gambaran dalam iklan dikelompokkan sebagai tanda nonverbal akan dikaji menggunakan teori semiotika, sedangkan kalimat-kalimat dalam iklan yang dikelompokkan sebagai tanda verbal akan dikaji berdasarkan teori tindak tutur. Hasil penelitian ini menyangkut wacana persuasi iklan yang berkaitan dengan lima hal, yaitu aspek mengambil perhatian (*attention-getting*) berupa cerita-cerita yang memuat kesuksesan seorang anak karena peran aktif seorang ibu. Membangun kepercayaan (*confidence-building*) berupa slogan, seperti “Success Starts Today” (Kesuksesan Dimulai Hari Ini) dan “One Step Ahead” (Selangkah Lebih Maju), Nutrilon Royal dapat membangun kepercayaan dari calon konsumen karena menekankan pada persoalan kesuksesan seorang anak bisa dimulai dengan segera. Aspek mendorong keinginan (*desire-stimulating*) berkaitan dengan formulasi Pronutra+ mengunggulkan produknya akan bermanfaat pada tiga hal, yaitu pertumbuhan anak, daya tahan tubuh, dan kecerdasan anak. Aspek menekankan kepentingan (*urgency-stressing*) tertuang pada iklan Nutrilon Royal tidak menggunakan kata-kata yang mengharuskan calon konsumen segera menggunakan produknya karena susu formula bukanlah kebutuhan yang pokok bersifat mendesak, dan aspek mencari tanggapan (*response-seeking*) Iklan susu formula Nutrilon Royal lebih menekankan pada ujaran asertif yang bermaksud mengakui dan menyatakan. Pernyataan-pernyataan seperti itu justru dipilih Nutrilon Royal dalam narasi iklannya untuk memersuasi khalayak, khususnya calon konsumen.

Kata kunci: iklan, Nutrilon Royal, wacana persuasi, semiotika, pragmatik